

альности, отличной от его действительности, в реальности, где действуют другие закономерности. В виртуальной реальности компьютерной игры образы художественной реальности визуализируются. Виртуальная реальность предоставляет культуре возможность визуализировать одну из своих искусственно сконструированных реальностей.

Г. С. Филиппова

*Уральский государственный
архитектурно-художественный университет
Екатеринбург*

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ДИЗАЙНЕРА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

Аннотация: в статье ставится задача рассмотреть наиболее острые, с точки зрения автора, проблемы подготовки дизайнеров в условиях цифровизации общества. Профессиональная деятельность дизайнеров по костюму связана с индустрией моды. Цифровизация всех составляющих этой области деятельности способствовала возникновению «быстрой моды». Это явление, которое имеет в том числе и негативные последствия для общества. Ряд исследований предлагает альтернативные проекты, которые могли бы повлиять на развитие «медленной моды». Но для этого необходимы изменения в культуре потребления и соответствующие подходы в дизайн-проектировании модных товаров. Вектор развития профессиональной культуры будущих дизайнеров должен быть направлен на решение актуальных для общества социокультурных задач.

Ключевые слова: цифровизация, дизайн-образование, индустрия моды, «быстрая мода», «медленная мода», культура потребления, профессиональная культура дизайнера.

PROFESSIONAL CULTURE OF A DESIGNER IN TERMS OF THE DIGITALIZATION OF SOCIETY

Abstract: the article aims to consider the most acute, from the author's point of view, problems of training designers in the conditions of digitalization of society. The professional activity of costume designers is related to the fashion industry. Digitalization of all components of this field of activity contributed to the emergence of "fast fashion". This is a phenomenon that has, among other things, negative consequences for society. A number of studies suggest alternative projects that could influence the development of "slow fashion", but this requires changes in the culture of consumption and appropriate approaches in the design of fashion products. The vector of development of professional culture of future designers should be aimed at solving socio-cultural problems that are relevant to society.

Keywords: digitalization, design education, fashion industry, fast fashion, slow fashion, consumer culture, professional designer culture.

Бесспорно то, что современное образование, в том числе дизайн-образование, должно отвечать уровню развития областей деятельности, в которых предстоит трудиться выпускникам. Сегодня студентам необходимо осваивать новые цифровые продукты, которые позволят им работать в дизайн-бюро и быть участниками высокотехнологичных процессов разработки и производства модных товаров.

При этом они должны иметь способность к самостоятельному, творческому мышлению. И здесь мы говорим не только, и не столько об умении проектировать востребованный коммерческий продукт. Важно сформировать у будущего профессионала способность смотреть более широко на результаты дизайна, его последствия: социокультурные, экологические и др.

Обратимся к дизайну костюма и сфере индустрии моды. Цифровизация подтолкнула и запустила механизмы явления, которое

сегодня обозначают термином «быстрая мода». В 1970-е гг. установился порядок выпуска коллекций одежды прет-а-порте в рамках двух сезонов: осень-зима и весна-лето. Сегодня погоня за новыми коммерческими предложениями, соревнование между производителями привели к сжатию процесса запуска новых товаров до двух недель. Такие темпы размывают понятие моды, приводят цикличность модных тенденций к хаосу, абсурду. Потребитель еще не успевает заметить новый тренд и получить удовольствие от *fashion* — покупки, а через всевозможные средства информации к нему поступают новые настойчивые предложения.

Действительность такова, что в процессе «быстрой моды» происходит моментальное обесценивание одежды и других товаров, а значит, и обесценивание труда большого числа людей. Но механизмы «быстрой моды» требуют новых и новых «жертв». Известный футуролог, эколог Стюарт Бранд заметил: «Мода движется вперед только наказанием уже вышедшего из моды» [1, с. 13]. Известно, к каким экологическим последствиям приводит такое отношение к вещам, на этот счет существует большое количество документальных подтверждений.

Как мы уже заметили выше, цифровизация прочно вошла в модный бизнес, на основе цифровых технологий происходит:

- прогнозирование в области моды, исследование предпочтений потребителей, выявление краткосрочных и долгосрочных трендов;
- реклама новых трендов, товаров и услуг (кроме цифрового телевидения, широко используются социальные сети, модные блоги, интернет-журналы и т. д.);
- проектная и производственная деятельность: программы для создания эскизов, конструирования и моделирования изделий, компьютеризированная система раскладки лекал, цифровые системы раскроя, цифровая печать на ткани и др.;
- распространение товаров: интернет-магазины с виртуальными примерочными; новые способы доставки и др.

С начала XXI в. стало появляться большое количество исследований, направленных на поиск альтернативы быстрым *fashion*-процессам. Первенство в использовании понятия «медленная мода» принадлежит Кейт Флетчер, специалисту в области дизайна,

моды, текстиля и экологии. Она стала одним из инициаторов новых подходов в сфере производства и потребления одежды, модных товаров. В 2007 г. в журнале *Ecologist* К. Флетчер заявила: «Медленная мода — это не сезонный тренд, который приходит и уходит, как линька у животных, а набирающее обороты экологически рациональное движение».

Обзор различных источников [1–4], касающихся этого понятия, позволяет составить перечень основных направлений, которые развивают сторонники «медленной моды»:

- снижение темпов производства, нацеленное на предупреждение появления большого количества отходов, создание более комфортных условий труда и сохранение окружающей среды;
- повышенное внимание к качеству изготавливаемых вещей;
- организация безотходного производства, а также процесса ресайклинга;
- использование национальных и региональных традиций, локальных ремесел и местного сырья при изготовлении модных товаров, в том числе для повышения уровня жизни в отдаленных местностях и поддержания «исчезающих» культур;
- расширение сетей, торгующих секонд-хендом;
- изменение установившейся практики потребления, увеличение срока службы вещей различными способами: включение потребителя в процесс производства модного продукта на всех стадиях; максимальная индивидуализация продукта дизайна; поиск альтернативных практик, иных принципов модного дизайна, способствующих замедлению темпов морального устаревания продуктов дизайна.

В перечисленных выше направлениях особое место для дизайнеров занимает вопрос быстрого морально-эстетического износа модной одежды, аксессуаров и дополнений.

Практика показывает, что повышение износоустойчивости материалов не приводит к увеличению срока пользования модной вещью у современных потребителей. Так, исследователь Джонатан Чапмен говорит об «эмоционально долговечном дизайне», также интересным является словосочетание «старение с достоинством» [1, с. 16–17], т. е. в тот момент, когда вещь перестает быть носителем

смыслов и не вызывает эмоций, впечатлений, не ассоциируется с какими-либо важными событиями, процессами, она отправляется в мусорный бак либо оседает на дне сундука, даже находясь в хорошей «физической форме».

На наш взгляд, важной составляющей содержания дизайн-образования сегодня, наряду с использованием всех возможностей цифровизации, является рассмотрение альтернативных путей развития общества потребления. Необходимо изучение новых практик, которые возникают в индустрии моды, продвигаются инициативными и предприимчивыми людьми, становясь противовесом «машине массового производства отходов».

Например, полезным является знакомство студентов с проектом К. Флейтчер «Локальная мудрость» (*Localwisdom*). В нем изучается практика «длительного общения» потребителя с когда-то купленной одеждой. Людей просят описать те вещи, которые длительный период находились в их гардеробе, объяснить, почему и как это происходило. Они делятся своими чувствами по отношению к вещам, рассказывают об их трансформации, переделке, передаче другому лицу, способах поддержания актуальности. Данный проект включает фотосессию владельцев в описываемом костюме, а также широкую рекламу в местных средствах информации, что вызывает большой интерес среди населения. Автор проекта формулирует главную цель своей деятельности: «...оттачивая навыки использования и исследуя неформальные пути влияния в моде, которые берут свое начало в частных гардеробах, мы начинаем процесс познания, с которым может развернуться массовая деятельность» [1, с. 22].

Подходы в продлении жизни вещей развиваются по двум главным направлениям:

- устаревшие изделия переделывают, «маскируют их мусорное происхождение»;
- состарившиеся вещи и разнообразные отходы становятся объектами эстетизации, в данном контексте употребляют словосочетания: «возвышение отходов», «поэтика мусора», «очарование мусора» [3, с. 75].

В 1990-е гг. особый художественный талант проявил бельгийский дизайнер Мартин Маржела, который создавал шедевры из от-

ходов, за что его прозвали «золотым старьевщиком» [2, с. 8]. Современным примером «очарования мусора» является бренд Maison Briz Vegas, который трансформирует отходы, используя их при декорировании одежды. В целом же данный проект можно назвать экологическим манифестом.

В контексте нашей темы интересно обратиться к опыту Японии, где сохраняются традиции изготовления кимоно, но применяются также и современные технологии, например, цифровая печать рисунка на ткани. Компании, выпускающие традиционный японский костюм, во многом соответствуют тенденциям «медленной моды». Но для поддержания интереса им приходится прикладывать особые усилия. Так, японская компания Ragong Kamedatomi организует для своих клиентов производственный туризм, включающий экскурсию на фабрику и участие в нанесении рисунка на ткань для кимоно. Это закладывает фундамент эмоциональной составляющей будущей покупки, которая программирует на длительное и бережное использование.

Ценность знакомства с подобными бизнес-моделями состоит в том, что они могут способствовать развитию иной культуры потребления, помочь «снизить влияние или даже устранить катализаторы морального устаревания» вещей [3, с. 15]. Для студентов в рамках учебной творческой практики целесообразно создавать мини-проекты, где они получают опыт по трансформации отходов, использованных вещей в оригинальные изделия, арт-объекты. Это будет способствовать осознанию важных социокультурных проблем, развитию профессиональной культуры дизайнеров и может привести к созданию своих бизнес-моделей, которые станут противовесом «быстрой моде». Цифровые технологии здесь являются средством, инструментом для развития актуальных для общества проектов.

Библиографические ссылки

1. Флетчер К. Долговечность, мода, устойчивое развитие: процессы и практики применения // Теория моды. 2019. № 53. С. 9–27.
2. Алябьева Л. Письмо редактора // Теория моды. 2019. № 53. С. 8.

3. *Бинотто К., Пейн Э.* Поэтика мусора: современные практики моды в контексте неоправданной расточительности // Теория моды. 2019. № 53. С. 61–90.

4. *Холл Д.* Цифровое кимоно: быстрая мода, медленная мода // Теория моды. 2019. № 53. С. 113–136.

Юань Мэнмэн

*Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б. Н. Ельцина,
Екатеринбург*

ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ КИТАЙСКОЙ ТРАДИЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Аннотация: XXI в. — время расцвета информационных технологий и цифровизации. Цифровизация постепенно заменяет информатизацию и компьютеризацию, она из простого метода улучшения разных частных сторон жизни превращается в драйвер мирового общественного развития, обеспечивающий повышение эффективности экономики и улучшение качества жизни. Китай сделал большой рывок в области цифровизации, уже занимает лидирующие позиции в технологиях развития связи пятого поколения. Культура Китая — одна из самых древних в мире. Ее традиции насчитывают более 5 тыс. лет. В эпоху цифровых технологий традиционное культурное строительство сильно пострадало, с одной стороны, и многие выдающиеся культурные традиции постепенно были забыты и утрачены, только потому, что традиционные способы распространения, защиты и управления традиционной культурой больше не приспособлены к этой цифровой эпохе. Поэтому то, как привнести жизнеспособность в развитие традиционной культуры и продвигать культурные инновации, является главным приоритетом в развитии китайской культуры.

Ключевые слова: цифровизация, традиционная культура, мобильная игра, культурный код.